



Gwenaëlle LEHMANN
Bruno TAMAILLON



PROPOSITION DE PLAN D'ACTIONNATIONS 2013 - 2016



Peaugres, 18/02/2013

➤ *Les pistes de travail...*



- ~~Agence de voyage Ardèche Verte ? Non~~
- Passer un message fort en interne AV
- Réinvestir sur le message de l'Ardèche Verte : images, vidéo, textes
- Stratégie numérique forte : sites, temps homme, outils d'animation de la com, pub web
- Stratégie Relations Presse en lien ADT07
- Accompagnement technique des professionnels dans la professionnalisation, vente de produits, formation,
- Mission de mise en relation, suggestion d'idées tendances – 20% ETP

Objectifs à 3 ans

- Communication : promouvoir une image cohérente et attractive du territoire, mettre en place une stratégie de communication ciblée.
- Management : mobiliser les acteurs, aller vers une plus grande professionnalisation, structurer et animer des filières.
- Structuration de l'offre : développement avec les professionnels locaux d'une offre de produits, commercialisés par les grands canaux de distribution existants.

Ciblage

Famille jeunes
enfants

Couples

- jeunes
- seniors

Clientèles de proximité

- Grandes agglomérations du Nord Rhône-Alpes, avec Lyon en priorité puis Grenoble, Saint-Etienne.
- Valence et le Sud par la gare TGV (agglomérations Montpellier-Aix-Marseille).

Itinérants

Tribus

- Familles – familles / amis
- Seniors jeunes



	Maitrise ouvrage	Moyens	2013	2014	2015	
A1 Plan de com externe	TACT	Editions	15 209 € TTC	11 000 € TTC		
		Relais d'info. / ventes				
		Medias-presse-pub		5 000 € TTC		
		Salons-evts	1 800 € TTC			
		Anim. num. promotionnelle		5 000 € TTC		
A2 Memento de com	?	Langage + Identité graphique	5 980 € TTC			
A3 Plan de com interne	TACT	Réunions sensibilisation				
		Diffusion d'info acteurs pro				
		Com presse locale				
		Animation filières				
		Espace pro site internet				
		Anim. num. professionnels				
A4 Photothèque	TACT	Clichés pro libres droits + CC	2 500 € TTC	2 500 € TTC		
A5 Produits	?	Formation (techniciens + pros)	(2 400 € TTC)	4 000 € TTC	4 000 € TTC	
		Assistance + maj				
		Fiches produits	(4 000 € TTC)	4 000 € TTC		
A6 Site internet public	TACT	Nouveau site internet	20 000 € TTC	10 000 € TTC		
A7 Stratégie de vitrine du territoire	SMAV	Formation rédaction contenus		4 000 € TTC		
		Objets promotionnels		5 000 € TTC		
		Affiches 40 x 60 cm		1 500 € TTC		
		Code vestimentaire OTSI		5 000 € TTC		
		Oriflammes et enrouleurs		8 000 € TTC		
		Création d'une filmothèque			60 000 € TTC	
		Création d'espaces vitrines num.				5
		Signalétique / panneaux				

Action 1 – Plan communication externe 2013-2014

Objectif	⇒ COM Diffusion du message par la nouvelle stratégie de communication, ciblée et avec une importante dimension numérique			
Cibles	Tous publics + cibles : - Clientèles de proximité - Familles jeunes enfants, couples, tribus Presse			
Année réalisation	2013	2014		
Moyens	Guide découverte	7 000 € TTC	Guide découverte	7 000 € TTC
	Guide hébergement	5 000 € TTC	Brochure produits ou magazine numérique (voir aussi action 5)	4 000 € TTC
	Carte comptoir (pour 2 ans)	3 209 € TTC	Relais d'information	2% ETP annuel
	Brochure produits (voir aussi action 5)	(4 000 € TTC)	Relais ventes	2% ETP annuel 1 000 € TTC
	Relais d'information	2% ETP annuel	Medias presse pub	5% ETP annuel 5 000 € TTC
	Relais ventes	1% ETP annuel	Anim. numérique promo	5% ETP annuel 5 000 € TTC
	1 salon	2% ETP annuel 1800 € TTC		
	Budget	17 009 € TTC	22 000 € TTC	
Financement	Fonctionnement TACT	Fonctionnement TACT		

Action 2 – Mémento de communication

Objectif	⇒ MAN Fédérer les acteurs autour d'une identité commune ⇒ COM Appropriation du message par les acteurs et le territoire
Cibles	Elus Techniciens OTSI Prestataires locaux
Année réalisation	2013
Moyens	Mémento de la communication en Ardèche verte et nouvelle identité graphique comprenant logo, charte <div style="text-align: right;">2% ETP annuel 5 980 € TTC</div> <p>Préalable à la mise en œuvre totale ou partielle des actions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACTION 4 Photothèque • ACTION 7 Stratégie de vitrine du territoire
Budget	5 980 € TTC
Financement	

Action 3 – Plan communication interne 2013-2014

Objectif	⇒ MAN Mobiliser les acteurs et les fédérer, favoriser la synergie ⇒ COM Appropriation du message par les acteurs et le territoire	
Cibles	Elus Techniciens OTSI Prestataires locaux Public local	
Année réalisation	2013	2014
Moyens	Réunions sensibilisation 5 % ETP annuel Diffusion d'information aux professionnels dans le prolongement de l'étude marketing <ul style="list-style-type: none"> • Note de synthèse étude • Mémento de com Diffusion régulière d'information aux acteurs professionnels : lettres d'infos 4/an 2% ETP annuel Communiqués presse locale Animation filières 10% ETP annuel Animation numérique pro 10% ETP annuel	Site internet avec espace pro logiciel CRM voir fiche action Communiqués presse locale Animation filières 10% ETP annuel Animation numérique pro 10% ETP annuel
Budget		
Financement		

Action 4 – Création d'une photothèque

Objectif	<p>⇒ COM Avoir en stock les visuels nécessaires à la nouvelle communication Ardèche verte, particulièrement celle mise en place à travers le site internet et les produits.</p> <p>⇒ COM Avoir une communication adaptée aux clientèles cibles visées par le territoire et mettant en scène l'offre qui leur correspond.</p>	
Cibles	Tous publics Cibles : familles, couples, tribus	
Délai de réalisation	2013	2014
Moyens	(Au préalable : Mémento de la communication : voir fiche action) <i>Photographie professionnelle à faire réaliser</i> <i>Clichés libres de droits quelque soit le support et la diffusion</i> Définition d'un cahier des charges des clichés <ul style="list-style-type: none"> •Printemps été •Paysages, panoramas et sites emblématiques •Activités •Mettant en scène les clientèles cibles 	<i>Photographie professionnelle à faire réaliser</i> <i>Clichés libres de droits quelque soit le support et la diffusion</i> Enrichissement de la photothèque <ul style="list-style-type: none"> •Automne hiver •Faune, flore •Patrimoine
Budget	2 500 € TTC	2 500 € TTC
Financement	Investissement TACT	Investissement TACT

Action 5 – Produits 2013-2015

Objectif	⇒ Structuration de l'offre et développement d' une gamme de court-séjours adaptée à la demande, vitrine du territoire. ⇒ MAN Professionnalisation des acteurs locaux, synergie ⇒ COM Concept de com auprès de la presse et des publics cibles		
Cibles	Techniciens OTSI et prestataires locaux Publics cibles + presse		
Année réalisation	2013	2014	2015
Moyens	Formation pros + techniciens (3 600 € TTC) Aide personnalisée au montage par les professionnels avec assistance marketing 20% ETP annuel Réalisation d'une brochure produits 16 p. A4 avec tirage papier 3 à 5 000 expl (4 000 € TTC) 7% ETP annuel	Formation pros + techniciens 4 000 € TTC Réactualisation produits 20% ETP annuel Réédition brochure produits ou création magazine numérique 4 000 € TTC	Formation pros + techniciens 4 000 € TTC Réactualisation produits 20% ETP annuel
Budget		8 000 € TTC	4 000 € TTC
Financement			

Action 6 – Site internet grand public

Objectif	⇒ COM Promouvoir l’offre Ardèche verte , en affichant une image cohérente et attractive, par une nouvelle stratégie de communication numérique, ciblée et innovante. ⇒ Donner les informations utiles à l’organisation d’un séjour et facilitant sa commercialisation par les grands canaux existants	
Cibles	Tous publics Cibles : - Clientèles de proximité - Familles jeunes enfants, couples, tribus	
Délai de réalisation	2013	2014
Moyens	Définition d’un cahier des charges et suivi réalisation 15% ETP annuel Organisation de l’information selon 4 axes •Communiquer sur le positionnement du territoire •Promouvoir l’offre à travers la médiathèque et les témoignages •Délivrer une information complète via SITRA •Faciliter la commercialisation de séjour par les produits touristiques et les outils ADT	Suivi réalisation et mise en ligne 15% ETP annuel
Budget	20 000 € TTC	10 000 € TTC
Financement	Investissement	

Action 7 – Stratégie de vitrine du territoire

Objectif	⇒ COM Donner à voir le territoire, en affichant une image cohérente et attractive, partagée et relayée par tous.
Cibles	Touristes et population locale
Délai de réalisation	2013 à 2016
Moyens	Dépôt de la marque INPI..... (400 € TTC) (Mémento de la communication avec nouvelle identité graphique, logo, charte..... 5 980 € TTC) Formation à la rédaction de contenu promotionnels4 000 € TTC Objets promotionnels (Matériel de bureau, Autocollants , Badges ou Pin's, Goodies).....5 000 € TTC Affiches 40 x 60 cm..... 1 500 € TTC Code vestimentaire OTSI..... 5 000 € TTC Oriflamme et enrouleurs..... 8 000 € TTC Création d'une filmothèque (20 à 30 000 € x 3 ans).....60 000 € TTC Création d'espaces vitrine avec outils numériques (expl table num au Mastro) Signalétique / panneaux
Budget	
Financement	Investissement Fiche action SMAV 06

CONCLUSION

- ⇒ Le mémento de communication : une initiative prioritaire, fédératrice et structurante pour les autres actions.
- ⇒ Importance de la création de visuels pour soutenir et diffuser le message Ardèche verte : donner à voir le territoire.
- ⇒ Une stratégie de vitrine à mettre en place à partir de la marque et sur la durée.

